Облікова картка ДіР

Image not found or type unknow

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0224U001260

Державний реєстраційний номер: 0120U101462

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 19-01-2024

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 4

Назва етапу: Обгрунтування ефективних інструментів управління маркетинговою інноваційною діяльністю підприємств в умовах нестабільності зовнішнього середовища

Початок етапу: 01.2023

Закінчення етапу: 12.2023

Вид звітного документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

Код за ЄДРПОУ: 01566057

Місцезнаходження: вул. Курчатова, буд. 13, м. Кривий Ріг, Криворізький р-н., Дніпропетровська обл., 50042, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380564097797, 380564097791

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

Код за ЄДРПОУ: 01566057

Місцезнаходження: вул. Курчатова, буд. 13, м. Кривий Ріг, Криворізький р-н., Дніпропетровська обл., 50042, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380564097797

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

Підстава для проведення ДіР: 43 - власна ініціатива (якщо робота виконується з власної ініціативи за кошти виконавця НДР або безкоштовно)

Напрям фінансування: 2.2 - прикладні дослідження і розробки

Джерела фінансування

7706 - безплатно (договір про науково-технічне співробітництво, тощо)

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Механізми управління інноваційним маркетингом в умовах нестабільності зовнішнього середовища

Назва роботи англійською:

Mechanisms of management of innovative marketing in the conditions of environmental instability

Реферат українською:

Звіт з НДР 162 сторінки, 148 найменувань у бібліографії. Об'єкт дослідження НДР – процеси, чинники, маркетингові інструменти, елементи механізму інноваційного маркетингу. Метою науково-дослідної роботи є обґрунтування теоретико-методологічних засад і науково-практичних рекомендацій щодо формування елементів механізму управління інноваційним маркетингом в умовах нестабільності зовнішнього середовища. Розвинуто теоретичне підґрунтя дослідження елементів механізму управління інноваційним маркетингом в умовах нестабільності зовнішнього середовища. Досліджено роль елементів інноваційного маркетингу в умовах маркетингової діяльності підприємства; обґрунтовано інноваційні методи маркетингових досліджень поведінки споживачів на основі інструментів цифрового маркетингу, які дозволяють підвищити ефективність маркетингової діяльності підприємства, приймати управлінські рішення, із врахуванням мінливих потреб та мотивів поведінки українських споживачів; розроблена структурно-функціональна модель процесу просування туристичного продукту, що розкриває сутність інноваційного підходу маркетингу до процесу просування туристичного продукту на основі реалізації традиційних та інноваційних маркетингових інструментів; розроблена структурно-функціональна модель управління маркетинговою діяльністю туристичного підприємства через реалізацію маркетингових програм; досліджено технології латерального маркетингу на регіональному ринку туристичних послуг як елемент інноваційного маркетингу; доведено доцільність застосування механізму адаптації комунікаційної стратегії в соціальних мережах компанії ПАТ «ArcelorMittal Кривий Ріг» до умов воєнного стану в Україні; обґрунтовано необхідність застосування інструментів Інтернет-маркетингу для просування товарів та послуг на основі проведення аналізу та прогнозування кон'юнктури товарних ринків, окреслено напрямки застосування цифрових технологій для залучення та утримання споживачів.

Реферат англійською:

Report on the GDR, 162 pages, 148 items in the bibliography. The object of research of the NDR is processes, factors, marketing tools, elements of the mechanism of innovative marketing. The purpose of the research work is to substantiate the theoretical and methodological principles and scientific and practical recommendations regarding the formation of the elements of the management mechanism of innovative marketing in conditions of instability of the external environment.The theoretical basis for the study of the elements of the management mechanism of innovative marketing in the conditions of the instability of the external environment is developed. The role of elements of innovative marketing in the conditions of the marketing activity of the enterprise was studied; innovative methods of marketing research of consumer behavior on the basis of digital marketing tools, which allow to increase the effectiveness of the company's marketing activities, are substantiated,to make management decisions, taking into account the changing needs and motives of the behavior of Ukrainian consumers; a structural and functional model of the process of promoting a tourist product was developed, which reveals the essence of an innovative marketing approach to the process of promoting a tourist product based on the implementation of traditional and innovative marketing tools;a structural and functional model of management of the marketing activity of a tourist enterprise through the implementation of marketing programs was developed; lateral marketing technologies in the regional market of tourist services as an element of innovative marketing were investigated; the expediency of applying the mechanism of adaptation of the communication strategy in social networks of PJSC "ArcelorMittal Kryvyi Rih" to the conditions of martial law in Ukraine has been

proven; the necessity of using Internet marketing tools for the promotion of goods and services based on the analysis and fore.

Індекс УДК: 339.5:339.138; 339.138

Коди тематичних рубрик: 72.75.39

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Барабанова Валентина Віталіївна

Науковий ступінь: к. е. н.

Вчене звання: доц.

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

VIII. Наукова (науково-технічна) продукція (НТП)

Назва НТП українською: Аналітичні матеріали

Назва НТП англійською: Analytical materials

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Аналітичні матеріали

Галузь застосування: інноваційний маркетинг, освіта

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Розвинуто теоретичне підґрунтя дослідження елементів механізму управління інноваційним маркетингом в умовах нестабільності зовнішнього середовища. Досліджено роль елементів інноваційного маркетингу в умовах маркетингової діяльності підприємства; обґрунтовано інноваційні методи маркетингових досліджень поведінки споживачів на основі інструментів цифрового маркетингу; розроблена структурно-функціональна модель процесу просування туристичного продукту, що розкриває сутність інноваційного підходу маркетингу до процесу просування туристичного продукту на основі реалізації традиційних та інноваційних маркетингових інструментів; розроблена структурно-функціональна модель управління маркетинговою діяльністю туристичного підприємства через реалізацію маркетингових програм;доведено доцільність застосування механізму адаптації комунікаційної стратегії в соціальних мережах компанії ПАТ «ArcelorMittal Кривий Ріг» до умов воєнного стану в Україні.

Соціально-економічна спрямованість НТП: створення синергетичного ефекту маркетингових інновацій системної діяльності окремих підприємств

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Не впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу:

Закінчення етапу:

Споживачі продукції:

Перспективні ринки:

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи:

Наявність бізнес-плану:

Техніко-економічне обгрунтування:

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

IX. Бібліографічний опис

Bohatyryova, G. Barabanova, V. Socio-Marketing Factors Of Tourism Services Market Development: European Integration Way Of Ensuring National Economic. Ensuring The National Economic Interests In The Context Of European Integration Processes: Collective monograph. / edited by N. Ivanova. Prague: Oktan-Print s.r.o., 2020. Section 4, 61-77 pp.

Ensuring The National Economic Interests In The Context Of European Integration Processes .Security Of Tourism Services As A Component Of Ensuring National Economic Interests In The Context Of European Integration Processes. V. Barabanova, et all (collective monograph) Edited by N. Ivanova. Prague: Oktan-Print s.r.o., 2020. S.5, pp. 77-93. URL: https://www.oktanprint.cz/p/ensuring-the-national-.

Інноваційний маркетинг: навч. посібник. [Електронний ресурс]. В.В. Барабанова, Г.А. Богатирьова. Кривий Ріг : Вид.ДонНУЕТ, 2022. 145с.

Барабанова В.В. Маркетингові дослідження [Текст]: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020.136с.

BarabanovaV.V., Bohatyryova G.A., Gorina G.O. Marketing mechanisms of tourism industry development under instable environment Journal of Geology, Geography and Geoecology. 2020. Vol. 29. №4. P. 625-636.

BarabanovaV.V., Bohatyryova G.A., Gorina G.O., Nikolaichuk O.A., Romanukha O.M. Clustering of regional tourism service markets according to indicators of the functioning of subjects of tourism activity. Journal of Geology, Geography and Geoecology. 2020. Vol. 29. №4. P. 684-692

Bohatyryova, G , Gorina, G., Bocharova, Y., Kozhukhova, T., Ivanova, N., &. (2022). The impact of covid-19 on international trade in tourism services in Europe. GeoJournal of Tourism and Geosites, 43(3), 1091-1098

Барабанова В.В., Богатирьова Г.А. Технології латерального маркетингу на регіональному ринку туристичних послуг. Торгівля і ринок України. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. № 1 (47). С. 57-65.

Барабанова В.В., Маловичко С.В. Трансформаційна система послуг туристичної сфери: виклики сьогодення. Вісник ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського. Серія: Економічні науки. Кривий Ріг: ДонНУЕТ. 2020. № 1(72). С. 66-74.

Барабанова В. В., Богатирьова Г. А. Технологія латерального маркетингу на регіональному ринку туристичних послуг Торгівля і ринок України. 2020. № 1 (47) .С.57-65.

Барабанова В. В., Богатирьова Г. А. Маркетингові аспекти формування конкурентних переваг товару на ринку України. Вісник ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського. Серія: Економічні науки. Кривий Ріг: ДонНУЕТ. Вип. 2021. №2 (47). С. 09-18.

Приймак Н.С. Концепція інформаційного забезпечення стратегічного управління та її зв'язок із комунікаційною стратегією підприємства. Торгівля і ринок України. №2 (50). 2021. С. 77-83

Yuliia Lyzhnyk, Ruslan Shamrin (2021). CONSUMER TARGETING IN SOCIAL NETWORKS AS A MODERN TOOL OF ADVERTISING MANAGEMENT. Frankfurt. TK Meganom LLC. Paradigm of knowledge. 6(50). pp. 5п13. doi: 10.26886/2520-7474.6(50)2021.1

Лижник Ю.Б. Застосування прогнозних методів та моделей у аналізі поведінки споживачів та при формуванні рекламної та ритейлінгової стратегії. Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган–Барановського. Серія: Економічні науки. 2021. №75 С. 27-35.

Барабанова В. В., Богатирьова Г. А. Європейський досвід розвитку ринку туристичних послуг в постпандемічний період: традиції та інновації. Торгівля і ринок України. 2022. № 1 (51). С.96-104. http://torgivlya.donnuet.edu.ua/uk/arkhiv.html#43-1-51-2022

Барабанова В. В., Богатирьова Г. А. Інструментарій маркетингу туристичних послуг Торгівля і ринок України. 2022. №1 (51). С.51-58. http://torgivlya.donnuet.edu.ua/uk/arkhiv.html#43-1-51-2022

Шаповалова І. В., Компанець К. А., Ільченко В. Ю., Городецький М. Я. Реалізація бізнес-моделі екологічного маркетингу в автотранспортних підприємствах. Вісник ДонНУЕТ. 2021 № 2(75) С.19.-26.

Лижник Ю.Б., Шамрін Р.В. Напрямки врахування споживчих переваг при виконанні прототипування сайтів. Науковий огляд. 2022. № 2 (82)С.34-45.

Богатирьова Г. А., Барабанова В. В. Інноваційні маркетингові інструменти просування туристичного продукту. Вісник ДонНУЕТ. 2022 № 2(77) С.9-19 DOI: https://doi.org/10.33274/2079-4819-2022-77-2-9-19

Іванова Н. С., Лижник Ю. Б. Аналіз і прогнозування кон'юнктури товарного ринку для визначення напрямків застосування інструментів Інтернет-маркетингу при просуванні товару. Вісник ДонНУЕТ. Серія: Економічні науки. 2022. № 2(77). С. 20-27.

Шаповалова І. В Бочарова Ю. Г., Лижник Ю. Б. Мікроекономічне моделювання поведінки споживача на ринку продовольчих товарів України. Вісник ДонНУЕТ. Серія: Економічні науки. 2022. № 1(76). С.64-72.

Лохман Н.В., Беріdзе Т.М., Лохман М.О., Чокої Д.А. Брендінг як сублімізм товарної політики щодо маркетингових комунікацій. Вісник ДонНУЕТ. 2023.№ 1(78), С. 21-29.

Лохман Н.В., Беріdзе Т.М., Лохман М.О., Чокої Д.А. Активатори маркетингових комунікацій туристичних послуг. Вісник ДонНУЕТ. 2023.№ 1(78). С. 30-37.

Лижник Ю. Б., Шаповалова І. В., Шамрін Р. В. Застосування інструментів Інтернет-маркетингу для формування поведінкової реакції споживачів. Вісник ДонНУЕТ. 2023.№ 1(78). С.14- 20.

Барабанова В.В., Лохман Н.В. Вплив концепції екологічного маркетингу на діяльність підприємств. Торгівля і ринок України. 2023 № 1(35). С.81-89.

Приймак Н.С., Барабанова В.В., Ніконенко Б.Ю. Особливості маркетингового ціноутворення в сучасних умовах ведення бізнесу Торгівля і ринок України.2023 № 1(53).С.100-107.

Барабанова В. В., Лохман Н.В. Інноваційні методи маркетингових досліджень поведінки споживачів. Інвестиції: практика та досвід.2023. № 23. С.35-39.DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.23.35

Барабанова В.В.,Лохман Н.В. Особливості поведінки споживачів під час війни в Україні. Ефективна економіка. 2023. No 11. DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.11.10

Петриченко О.О. Барабанова В.В. Інноваційна стратегія банківської установи як основа запровадження нових банківських послуг та продуктів в Україні. Стійкий розвиток національної економіки: актуальні проблеми та механізми забезпечення: збірник матеріалів VI Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції.2023. Кривий Ріг, С. 171-173.

Приймак Н.С. Ніколайчук О.А. Соціальна відповідальність українського бізнесу: сучасний стан та перспективи розвитку. Торгівля і ринок України. №1 (51). 2022. С. 28-37

Харченко О., Барабанова В.В. Маркетингові інновації в умовах нестабільного ринкового середовища. Стратегії та інновації: актуальні управлінські практики: матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції. Кривий Ріг, 2023.С.164- 166

Сарапіна М.І., Барабанова В.В. Особливості формування маркетингової політики підприємства в умовах війни. Стратегії та інновації: актуальні управлінські практики: матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції. Кривий Ріг, 2023.С.239-242.

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Чернега Оксана Богданівна
д. е. н., 08.06.01

Перелік осіб-виконавців

Барабанова Валентина Віталіївна
(к. е. н., 072, 075)

Богатирьова Галина Андріївна
(к. пед. н., 023)

Лижник Юлія Борисиівна
(054)

Лохман Наталя Володимирівна
(д. е. н., 051, 075)

Никоненко Богдан Юрійович
(075)

Петриченко Ольга Олексіївна
(075)

Приймак Наталія Сергіївна
(д. е. н., 051, 281)

Шамрін Руслан Володимирович
(к. е. н., 051)

Шаповалова Інеса Вадимівна
(073)

Відповідальний за підготовку облікових документів

Барабанова Валентина Віталіївна

Телефон

+38 (097) 652-43-89

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності

